



МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ

Акаева Н.Ш.

Психологическая характеристика коммуникативных свойств личности предпринимателя

В статье представлены результаты эмпирического исследования коммуникативных свойств личности предпринимателей. На основе статистической обработки были выделены три группы коммуникативных свойств.

Ключевые слова: коммуникативные свойства, коммуникативная доминантность, стиль организации общения, коммуникативная саморегуляция.

Изучение коммуникативных свойств личности предпринимателя, лежащих в основе достижения им профессиональных успехов, позволило составить достаточно обширный список свойств, проявляющихся в ходе общения. Феноменологическое поле коммуникативных проявлений личности успешного предпринимателя составили коммуникативные характеристики, которые назывались более одного раза в группе экспертов. Смысловая группировка представленных коммуникативных свойств личности, проведенная экспертами, привела к выработке нескольких классификаций.

Коммуникативные свойства личности предпринимателя было предложено разделять по их направленности на повышение качества общения через улучшение: своего состояния в общении; состояния собеседника по общению; самой процедуры общения. Оригинальной нам представляется предложенное деление коммуникативных свойств личности предпринимателя на терминальные (достижение в общении определенных состояний) и инструментальные (использование в общении определенных средств).

Выделяемые экспертами наиболее значимые для успешного предпринимателя коммуникативные свойства личности ранжировались по 7-балльной шкале. Далее вычислялась набираемая каждым свойством в группе экспертов сумма рангов, и находился его «вес», т.е. средний ранговый балл.

Полученные результаты показали, что к коммуникативным свойствам предпринимателей предъявляются достаточно высокие требования. Особое внимание обращается, в первую очередь, на коммуникативные свойства, позволяющие реализовать интерактивную сторону общения. Вместе с тем, к числу значимых относятся и свойства, позволяющие предпринимателю эффективно осуществлять в общении коммуникацию и перцепцию.



Согласно полученным результатам, «ядро» коммуникативной компетентности предпринимателя образуют два находящихся на наиболее близком расстоянии друг от друга свойства – «умение отстаивать в общении свои интересы» и «умение воздействовать на других в общении». К ним также примыкают такие коммуникативные свойства, как «способности к организации (программированию, коррекции) общения» и «умение заинтересовать других в общении с собой». Свойства личности, позволяющие управлять мнением и поведением других людей, можно рассматривать в качестве центральных для успешной реализации деятельности в сфере бизнеса.

В ходе исследования было выявлено, что коммуникативные свойства личности предпринимателя имеют достаточно сложную структуру, в составе которой можно выделить свойства, позволяющие ему в ходе решения бизнес задач воздействовать на позицию других людей, решать регулятивные задачи в отношении самого себя, других людей и самой процедуры общения.

На следующем этапе эксперимента проводилось психодиагностическое обследование предпринимателей по следующим методикам: личностный тест Р. Кеттелла (13 PF); методика «Диагностика склонности к агрессивному поведению» А. Ассингера; методика коммуникативной толерантности В.В. Бойко; многоуровневый личностный опросник «Адаптивность» (МЛО-АМ) А.Г. Маклакова и С.В. Чермянина; тест К. Томаса «Исследования особенностей реагирования в конфликтной ситуации»; тест САМОАЛ; методика А. Мехрабян и Н. Эпштейн «Оценка способности к эмпатии»; методика «Коммуникативные и организаторские способности» (КОС) В.В. Синявского и В.А. Федорошина; опросник способности к управлению самопредъявлением в общении М. Снидера.

В процессе исследования использовались также методы математико-статистической обработки: вычисление средних значений, нахождение процентного распределения, метод ранговой корреляции Спирмена, методы кластерного и факторного анализа эмпирических данных, и интерпретационные методы включали в себя графический анализ и метод сравнения.

Полученные в результате психодиагностического обследования предпринимателей данные о развитии у них соответствующих коммуникативных свойств личности были стандартизированы и подвергнуты процедуре факторизации с использованием компьютерного пакета статистических программ Statistica for Windows 6.0. В качестве метода обработки использовался центроидный метод с последующим Varimax-вращением.

По итогам факторизации обобщенной матрицы балльных оценок коммуникативных свойств предпринимателей было выделено шесть факторов, из которых шкалы со значимым факторным весом имеют только три фактора.

Полученные факторы, содержащие шкалы со значимыми факторными весами подвергнуты нами содержательной интерпретации.

Анализ факторного распределения, установленного в результате статистической обработки эмпирических данных, показал, что личность предпринимателя включает в себя три группы коммуникативных свойств:



1) коммуникативные свойства, обеспечивающие ведущую, лидирующую роль предпринимателя в общении: агрессивность, доминантность, самостоятельность от группы, склонность к соревновательности; данным «доминантным», «сильным» свойствам личности предпринимателя противопоставляются качества, в определенной мере сдерживающие подобную агрессивность – моральная нормативность, эмпатийность, склонность к избеганию конфликта; в целом данные коммуникативные качества можно обозначить как «коммуникативная доминантность»;

2) коммуникативные свойства, позволяющие субъекту выстроить, организовать взаимодействие с партнером по общению: организаторские способности, коммуникативная толерантность, проницательность; данные коммуникативные свойства можно обозначить в целом как «стиль организации общения»;

3) коммуникативные свойства, лежащие в основе достижения эффективности общения через управление своего состояния и поведения: эмоциональная устойчивость, гибкость общения, способность к управлению самопредъявлением; вошедшие в данный фактор коммуникативные качества можно обозначить как «коммуникативная саморегуляция».

Согласно полученным данным, коммуникативные свойства личности предпринимателя проявляются по трем основным линиям, которые обозначаются следующим образом: коммуникативная доминантность, стиль организации общения и коммуникативная саморегуляция. Данные характеристики образуют собой основу коммуникативных свойств личности предпринимателя. Наличие в структуре личности предпринимателя соответствующих развитых коммуникативных свойств позволяет говорить о сформированности у него коммуникативной компетентности, способной повысить эффективность его бизнеса.

Литература

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа, 1988. – 436 с.
2. Агеев В.С. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. – М.: Наука, 1991. – 185 с.
3. Асмолов А.Г. Психология личности: Принципы общепсихологического анализа. – М.: Смысл, 2001. – 416 с.
4. Верховин В.И., Логинов С.Б. Феномен предпринимательского поведения // Социологические исследования. – 1995. – № 8.
5. Жуков Ю.М., Петровская Л.А., Растяников П.В. Диагностика и развитие компетентности в общении. – М., 1991.
6. Задорожнюк И.Е. Предприниматель: экономико-психологический профиль // Психологический журнал. – 1992. – Т.13. – №3.